

Idioms in oral and written business communication in English

Khusanova Marjona Abdurazzok Kizi

*Samarkand State Institute of Foreign Languages, Faculty of English Philology and Translatology,
1st year Master's degree student*

Kasimova Adiba Nosirovna

*Samarkand State Institute of Foreign Languages, Faculty of English Philology and Translatology,
Senior lecturer*

Abstract: *This article reveals the English language of business communication (Business English), which has repeatedly attracted the attention of many researchers and is understood in this article as «an interdependent unity of varieties of oral and written speech that differ in functional orientation and are used for business purposes».*

Keywords: *discourse, idioms, written and oral communication, speech, vocabulary.*

Аннотация: *В данной статье, раскрываются английский язык делового общения (BusinessEnglish), не однократно привлекавший внимание многих исследователей и понимается в настоящей статье как «взаимобусловленное единство различающихся по функциональной направленности разновидностей устной и письменной речи, используемых в деловых целях».*

Ключевые слова: *дискурс, идиомы, письменное и устное общение, речь, словарь.*

Введение: Термин «дискурс» является междисциплинарным и используется в таких областях знания, как лингвистика, литературоведение, социология, философия и т.д. Согласно Лингвистическому энциклопедическому словарю дискурс – «связный текст в совокупности с экстралингвистическими – прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами; текст, взятый в событийном аспекте; речь, рассматриваемая как целенаправленное социальное действие, как компонент, участвующий во взаимодействии людей и механизмах их сознания (когнитивных процессах). Дискурс–это речь, «погруженная в жизнь».

Бизнес-дискурс – «это вербализация бизнес-ментальности, реализующаяся в форме открытого множества текстов, объединенных деловой тематикой, в сочетании с экстралингвистическими факторами». Основной задачей работы является выявление идиоматической фразеологии в многообразии развернутых произведений речи деловой направленности с учетом как ее структурно-семантических, так и функциональных свойств. В работах, исследующих разные виды дискурса, подчеркивается, что описание сугубо языковых явлений без внимания к социальному контексту не является научно-обоснованным. Релевантные признаки дискурса, по мнению Е.Н.Малюги, – его «текстовая сущность в сочетании с прагматическими и социолингвистическим и моментами, существенными для его адекватного понимания». Важным представляется и вывод этого

ученого о том, что информативная функция, являясь ключевой, не может считаться единственной функцией бизнес-дискурса.

Следующим важным параметром являлся критерий общей частотности (total frequency), в соответствии с которым авторы отобрали 20 наиболее частотных единиц: fair enough | at the end of the day | there you go | make sense | turn round and say | all over the place | be a (complete / right / bit of a /absolute / real) pain (in the neck/arse/bum) | can't/couldn't help but/ -ing | over the top | good god | be/have a/some good laugh(s) | the only thing is/was | good grief | keep an/one's eye on | half the time | up to date | take the mickey | get on somebody's nerves | how's it going | along those lines / the lines of. Современные корпусные словари идиом, детально по-разному регистрируют вышеперечисленные единицы. Обобщим полученные данные в таблице.

Таблица 1.

№	Idiom	CCID	LID	CID	OIDLE	ODEI
1	fair enough	-	-	+	+ inf	-
2	at the end of the day	+ Journ sp	+	+ inf	+ BrE sp	+ BrE inf
3	there you go	-	+ sp	-	+ sp	+
4	make sense	-	-	-	+	-
5	turn round and say	-	+ sp	-	+ inf	-
6	all over the place	-	+	+	+ inf	+ inf
7	be a (complete / right / bit of a /absolute / real) pain in the neck/arse/bum	+ inf	+ sp	+ inf	+ inf	+ inf
8	can't/couldn't help but/ -ing	-	-	-	+	-
9	over the top	+	+ BrE	+ inf	+ Inf esp BrE	+
10	good god	-	-	-	+ sp	-
11	be/have a/some good laugh(s)	-	-	-	+	-
12	the only thing is/was	-	+ sp	-	+ sp	-
13	good grief	-	-	-	+ inf	-
14	keep an/one's eye on	Keep your eye on the ball	Keep an eagle eye on	+	+	Keep your eye on the ball
15	half the time	-	-	-	+ inf	-

16	up to date	-	-	-	+	-
17	take the mickey	+ Mainly BrE	+ BrE sp	+ Br&Aus inf	+ BrE inf	+ inf chiefly BrE
18	get on sb's nerves	+	+ sp	+ inf	+ inf	+ inf
19	how's it going	-	-	-	-	-
20	along those lines / the lines of	-	+	+	+ sp	-

Следует подчеркнуть, что только 6 единиц зарегистрированы во всех использованных словарях идиом (be a pain in the neck| over the top| keep an eye on sth| take the mickey| get on sb's nerves); 1 идиома присутствует в 4 словарях (all over the place); 2 единицы в 3 словарях (there you go| along those lines); остальные 7 встречаются только в 1 источнике; одна единица не зарегистрирована ни в одном из словарей (how's it going).

Заключение: Резюмируя вышесказанное, следует еще раз обратить внимание на то, что идиомы, по мнению МакКартти, используются, чтобы создавать, поддерживать и укреплять определенную организационную культуру через развитие отношений между членами одного и того же сообщества (idioms are used to create and reinforce particular cultures and types of relationships within the members of those communities). Что касается примера из устной научной речи, речь шла об отношении «преподаватель-студент», в котором оба участника являются в той или иной степени частью академической среды. В отрывке из устного бизнес-дискурса общность создается за счет принадлежности двух коллег к одной корпоративной культуре, определяется близостью личных отношений между ними и объясняется нацеленностью коммуникативной ситуации на разрешение создавшегося конфликта. По мнению МакКартти его коллег, идиомы выполняют и такие дискурсивные функции, как описание, резюмирование, оценка и взаимодействие.

Список использованной литературы

1. Александрова О.В. Системно-функциональные изменения грамматической организации английского языка//Актуальные проблемы английского языкознания. –М.: МАКСПресс, 2012. –С. 10–19
2. Вершинина М.И. Идиомы в одноязычной энциклопедии «Business: The Ultimate Resource»// Актуальные проблемы лингвистики и лингводидактики иностранного языка делового и профессионального общения: материалы V Международной научно-практической конференции. –Российский Университет Дружбы Народов. –М.: РУДН, 2012. –С.108–109.
3. Вершинина М.И. Идиомы в письменном бизнес-дискурсе: функциональный аспект//Научное мнение.–№ 9. –СПб.:ООО "Книжный дом", 2014. –С. 155–159.
4. Винарева Л.А., Янсон В.В. Английские идиомы. –М.: ООО «Издательство Айриспресс», 2005.–384с.
5. Ефименко Т.Н. «WHO WANTS TO START THE BALL ROLLING?» или о роли идиоматических выражений в деловом дискурсе английского языка// «Вопросы прикладной лингвистики». Сборник статей кафедры иностранных

языков экономического факультета Российского университета дружбы народов.
–Выпуск 7. –М.: РУДН, 2012. –С. 8–14.